



Organização da experiência



Olá, seja bem vind@. Neste material vamos tratar sobre como entender quem são nossos usuários, para podermos criar produtos mais interessantes e com uma experiência melhor. Boa leitura!

Até agora, falamos muito sobre a experiência do usuário, mas você já pensou em como definir esse usuário?

Para essa definição existem diversos meios, alguns dos mais comuns são: análise de faixa etária, análise de similares (produtos similares consumidos por esse público, como foram criados, quais os pontos positivos e negativos), dados online sobre consumo de produtos semelhantes ao que será criado (jogos parecidos, nesse caso), aqui podemos citar ainda dados sobre o estilo de jogo, comunidades e pessoas que mais se interessam, e vários outros. Esse tipo de pesquisa ajuda bastante a começar a limitar esse público-alvo, mas algumas coisas muitas vezes acabam passando despercebidas quando os criadores olham apenas para esse tipo de dados, sem ouvir seus usuários de fato.

Então depois de entender um pouco sobre o público para o qual você vai produzir com base em pesquisas já prontas, faça pesquisas diretas com seu público, segundo Carvalho (2020) “quanto mais cedo realizar a pesquisa, maior o impacto que as descobertas terão sobre o seu produto”. Aqui você pode usar de diversas ferramentas, como entrevistas e questionários, inclusive online. As respostas que você vai obter dessas pessoas serão importantes para que você entenda melhor sobre o tipo de produto q essas pessoas gostariam de ter, o que elas gostam nos produtos similares e

que elas não gostam, quais as sugestões que elas têm e como se sentem utilizando aqueles produtos.



Lembre-se que, nessa etapa é muito importante que você realize entrevistas ou questionários com pessoas que realmente fazem parte do seu público-alvo, você pode encontrar essas pessoas em grupos de redes sociais e fóruns pela internet e quanto mais respostas você tiver, melhor. No entanto, aqui tem um detalhe importante, essas respostas devem ser filtradas, por exemplo: sabemos que há pessoas que querem apenas reclamar das coisas. Então lembre-se de manter filtros e entender as respostas de uma maneira geral, uma forma de facilitar esse processo é pedir que a pessoa de notas, para diferentes aspectos dos jogos similares, de 1 a 5, onde 1 é muito ruim e 5 é muito bom; posteriormente, você pode fazer uma média para entender a nota que aquele produto obteve naquele quesito específico.

Além disso, deixar espaço para comentários e incentivar as pessoas a comentar sobre suas sensações nos itens estudados ajuda bastante a entender cada item em específico.

Tanto os itens da pesquisa, quanto a quantidade de perguntas e a forma de se perguntar dependem de cada projeto, mas algumas coisas que ajudam é:

Defina se seu projeto precisa que muitas pessoas opinem (se é um projeto grande que vai alcançar muita gente, por exemplo, é melhor ter muitas respostas). Se for necessário consultar muitas pessoas, questionários são uma maneira fácil de parametrizar as respostas. Mas se for um projeto menor, onde poucas pessoas vão interagir (como um projeto para uma empresa que está encomendando o jogo), entrevistas costumam ser uma forma melhor de conseguir as informações necessárias, entender o que o cliente realmente quer, o que ele precisa e propor soluções para o projeto. Lembre-se de sempre anotar tudo, os detalhes, muitas vezes, fazem diferença nesse momento.

Não se esqueça de pensar nas pessoas portadoras de deficiência e em como você poderá incluir essas pessoas em suas pesquisas e facilitar o acesso delas ao jogo que você está criando. Lembre-se também das diferenças de idade, conteúdo apropriado para cada faixa etária, e possíveis dificuldades que pessoas podem ter.

Para auxiliar a entender melhor o público, uma técnica bastante utilizada é a das Personas.

A criação de personas ajuda o time de produção a entender melhor seu público diversificado, empatizar com as situações e melhorar as decisões, mesmo quando essas são conflitantes. Ela funciona criando pessoas que não existem e atribuindo a elas características dos possíveis consumidores do seu produto, no entanto segundo Salazar (s/d) criar essas personas deve ter um objetivo e um propósito por trás. Não adianta usar algumas personas prontas para todos os projetos. Veja o exemplo a seguir. Vamos imaginar que eu vou criar um jogo para plataformas *mobile*, com o tema de aventura. Nesse jogo o controle será na tela e ele é focado na faixa etária entre os 8 a 12 anos principalmente, ele não é um jogo sério, sua função é apenas entretenimento. Os controles serão feitos por 3 botões: andar para a frente, pular e pegar objetos e o jogo será gratuito, disponível nas lojas de aplicativos. Aqui eu poderia coletar muitos outros dados e especificar ainda mais o que terá no meu jogo (lembre-se que essas informações são adaptáveis a cada projeto, individualmente). Como a proposta é disponibilizar esse jogo sem restrições e alcançar muitos usuários, preciso pensar em várias pessoas, suas dificuldades e necessidades. Vou dar o exemplo aqui de 3 personas, mas poderia criar muitas mais:

- Jorge, 10 anos, anos, estudante, joga casualmente, tem acesso a um *smartphone* que usa para jogar.

- Marina: 12 anos, estudante, tem habilidades com jogos em diversas plataformas (conhece diferentes mecânicas de jogos), tem acesso a um

tablet que usa para jogar.



- Carlos: 12 anos, estudante, tem habilidades com jogos em plataformas *mobile* (conhece diferentes mecânicas de jogos), é PCD (deficiência motora), tem acesso a um tablet que usa para jogar (o tablet fica fixo em um suporte).

Essas pessoas foram inventadas, as personas não existem de fato, elas são reflexos dos possíveis públicos que o produto (o jogo) pode alcançar. O ideal é pensar nas diferenças entre elas, para então poder adaptar o jogo a cada uma.

Considerando que o jogo proposto visa o entretenimento, não é necessário a preocupação com elementos específicos de treinamento ou ensino, mas deixar a opção de controle mais maleável pode auxiliar pessoas como o Carlos (representante da persona), que tem dificuldade em algumas ações motoras.

Para isso, o plano do meu jogo é deixar o controle de se movimentar para a frente como opcional, sendo que o jogo pode conduzir sozinho o personagem para frente e em diferentes velocidades. Ainda para auxiliar essas pessoas, posso adaptar no meu jogo a possibilidade de reorganização dos botões em tela, assim é possível que o usuário organize a posição dos botões que melhor se adequa a ele. O jogo também funcionará em retrato ou paisagem.

Outra adaptação é um *level design* com fases mais simples no início, para ajudar jogadores como o Jorge, que não é habituado a muitas mecânicas diferentes.

O ideal é que a “amostra” de personas criada, que servirá de base, seja pequena, mas que você entenda bem o porquê e como elas irão utilizar o jogo que você está criando, se são pessoas que estão mais acostumadas aos métodos de controle ou se são novatos nesse sentido, como elas se sentem

durante o processo de interação com produtos similares. Grifa-se que é possível definir personas utilizando uma infinidade de pergunt[illegible]udo depende do seu objetivo com o jogo que você está criando. Assim, primeiramente, defina o que você está criando, quais os pontos importantes de ter e quais que não são tão importantes, defina seu público-alvo para depois trabalhar com a ideia de personas.

Como mencionado anteriormente, esse design das personas influencia em como o jogo será criado para que os usuários tenham sua experiência melhorada, um dos tópicos para a criação da experiência de um jogo é o *level design*. *Level design* é a construção dos mapas dos jogos, não no sentido estético e visual, mas na organização dos desafios e suas resoluções. Por meio do *level design* é possível ensinar o jogador as possibilidades de movimento, ações e o que é possível realizar no ambiente do jogo.

A partir da criação de personas, como uma das bases para o entendimento do público, o *level design* ganha outra ferramenta para construção dos desafios propostos. Por exemplo, se meu público abrange pessoas que não têm muita experiência com diferentes jogos, o ideal é que as primeiras fases sejam mais simples e ensinem o jogador gradativamente.

Atividade Extra

Para se aprofundar no assunto desta aula e entender mais sobre seu usuário, assista ao vídeo do canal UXNOW do Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=KnFJAhiClnE&ab_channel=UXNOW

Referência Bibliográfica

CARVALHO, Henrique. **Principais métodos de pesquisa UX** (experiência do usuário), 12 de maio de 2020. Disponível em: <https://vidadeproduto.com.br/metodos-de-pesquisa-ux/>. Acesso em: 11 de Maio de 2022.

SALAZAR, Kim. **How to Choose the Scope of Your Personas**, s/d. Disponível em: <https://www.nngroup.com/videos/personas-scope/?lm=statistically-generated-personas&pt=youtubevideo>. Acesso em: 11 de Maio de 2022.

Ir para exercício